

Kippel⁰¹

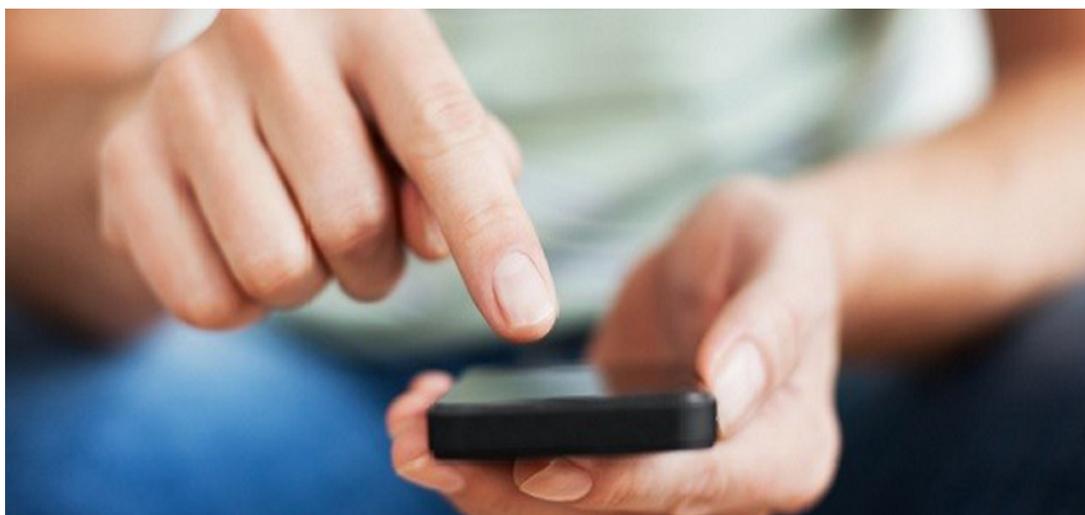
EMPRESA

Samsung lidera la venta de 'smartphones' pero reduce las distancias con sus rivales asiáticos

La compañía surcoreana ha mantenido la misma cuota de mercado que la registrada entre enero y marzo de 2016. Sus competidores asiáticos empiezan a reducir las distancias.

28 ABR 2017 — 19:07

POR KIPPEL01



Samsung vuelve a posicionarse como líder en venta de *smartphones* en el primer trimestre de 2017. De enero a marzo, la compañía surcoreana vendió un total de 79,2 millones de terminales, los mismos que comercializó en el mismo periodo de 2016, según **IDC**.

Al fabricante asiático le sigue **Apple**, que se mantiene en la segunda posición con 51,6 millones de *smartphones* vendidos, un 0,8% más que el primer trimestre del año anterior. El dominio de estos dos grupos, sin embargo, empieza a verse amenazado por otros competidores asiáticos como **Huawei**, **Oppo** o **Vivo**, que les han 'robado' cuota de mercado.

En el caso de **Huawei**, la compañía china incrementó sus ventas un 21,7%, hasta 34,2 millones de terminales, lo que le supuso una cuota del 9,8%. A la zaga le siguió otra compañía china, **Oppo**, que registró uno de los mayores incrementos en ventas, del 29,8%, con 25,6 millones de terminales y una cuota del 7,4%.

1/2

<https://www.kippel01.com/empresa/samsung-lidera-la-venta-de-smartphones-pero-reduce-las-distancias-con-sus-rivales-asiaticos.html>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Ripley Gestora de Contenidos, SL, sociedad editora de Kippel01.com (www.kippel01.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Kippel⁰¹

EMPRESA

En quinta posición se situó el chino **Vivo**, que se hizo con una cuota de mercado del 5,2% al vender 18,1 millones de *smartphones* en los tres primeros meses de 2017. Tal y como señala el estudio, la mayor parte del crecimiento de este mercado procede de los móviles de gama media o baja.

“A pesar de la popularidad y ruido mediático en torno a los dispositivos de gama alta, seguimos viendo un cambio en las carteras de muchas compañías, que se enfocan a lanzar dispositivos asequibles con aspecto *premium* comparable al de la alta gama”, han señalado desde la consultora.